

ABSTRACT

Delvina Ega Natasha, 213106063, 2024. ***The Implementation of 4P Tourism Marketing at Nusantara Edupark Madiun.*** English Diploma III Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

Nusantara Edupark is one of Madiun's leading tourist which significantly contributes to tourism business income. This research aims to determine the implementation of marketing mix elements (4P: product, price, place, and promotion) in tourism. This research used a descriptive qualitative approach to identify problems and collected data through observation, interviews, and documentation with relevant parties at Nusantara Edupark. Interviews were conducted with the marketing manager and marketing staff of Nusantara Edupark using an interview sheet. The 4P tourism marketing mix has been observed of the 4P marketing mix series at Nusantara Edupark Madiun from April to June 2024. The result of this research is Nusantara Edupark has successfully implemented the 4P strategy, starting from the products offered, prices that are by the target market, easily accessible places, and promotions carried out by the marketing management also not only focus on social media but direct visits. Nusantara Edupark continues to develop in terms of product, price, place, and promotion to attract visitors. Safety and cleanliness are also continuously improved by Nusantara Edupark, as well as all ages can enjoy the rides.

Keyword: 4P, Marketing Mix, Tourism Management, Nusantara Edupark

ABSTRAK

Delvina Ega Natasha, 213106063, 2024. ***The Implementation of 4P Tourism Marketing at Nusantara Edupark Madiun.*** Program Diploma III Bahasa Inggris, Jurusan Adminitrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.

Nusantara Edupark merupakan salah satu wisata unggulan di Madiun yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan usaha pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi elemen bauran pemasaran (4P: product, price, place, dan promotion) dalam pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi masalah dan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pihak-pihak terkait di Nusantara Edupark. Wawancara dilakukan dengan manajer pemasaran dan staf pemasaran Nusantara Edupark dengan menggunakan lembar wawancara. Telah dilakukan observasi terhadap rangkaian bauran pemasaran pariwisata 4P di Nusantara Edupark Madiun pada bulan April hingga Juni 2024. Hasil dari penelitian ini adalah Nusantara Edupark telah berhasil menerapkan strategi 4P, mulai dari produk yang ditawarkan, harga yang sesuai dengan target pasar, tempat yang mudah dijangkau, dan promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen pemasaran juga tidak hanya berfokus pada media sosial tetapi kunjungan langsung. Nusantara Edupark terus melakukan pengembangan dari segi product, price, place, dan promotion untuk menarik minat pengunjung. Keamanan dan kebersihan juga terus ditingkatkan oleh Nusantara Edupark, serta semua umur dapat menikmati wahana yang ada.

Kata kunci: 4P, Bauran Pemasaran, Manajemen Pariwisata, Nusantara Edupark